

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pestapora pada platform media sosial Instagram dalam membangun *brand image* telah memenuhi capaian dan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran Pestapora di Instagram sesuai dengan konsep AISAS yang dikembangkan oleh Dentsu, di mana mencakup strategi untuk menarik perhatian target pasar, mengembangkan ketertarikan target pasar hingga melakukan proses pencarian, menarik target pasar untuk mengunjungi atau melakukan pembelian tiket Pestapora, hingga terjadinya penyebaran informasi oleh para pengunjung.

Berbagai strategi pada tahap *attention* yang dilakukan oleh Pestapora berhasil menyita perhatian target audiens. Komunikasi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan *key visual* serta pemanfaatan fitur *single post* yang mengandung CTA dan penggunaan *reels* dapat mendorong minat (*interest*) audiens untuk mencari tahu lebih lanjut terkait Pestapora. Akun instagram @pestapora pada tahap *search* juga memudahkan audiens dengan memanfaatkan fitur pencarian, *highlight*, dan mencantumkan link *website* pada bio yang tertera pada profil @Pestapora. Tahap *action* yang dilakukan Pestapora tidak hanya fokus pada aspek pemasaran untuk mencapai keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan isu-isu sosial dan memberikan perhatian yang besar terhadap kebutuhan dan kepuasan pengunjungnya. Hal tersebut mendorong terjadinya tahap *share* di mana pengunjung secara sukarela membagikan momen selama acara berlangsung di Instagramnya dan secara efektif menjadi duta merek yang tidak resmi dengan berbagi pengalaman, membantu mempromosikan Pestapora kepada orang lain dan memperluas jangkauannya secara organik.

Penggunaan konsep AISAS dalam strategi pemasaran Pestapora di Instagram disimpulkan bahwa sebagian besar konsep tersebut berhasil terwujud dengan berbagai peningkatan, seperti meningkatnya minat konsumen, pertumbuhan jumlah pengikut, dan tingginya tingkat interaksi pada akun Instagram, yang semuanya

berkontribusi pada peningkatan kesadaran *brand image* Pestapora. Ribuan komentar di berbagai postingan akun Instagram @pestapora menegaskan bahwa festival ini memberikan dampak positif signifikan terhadap perkembangan musik di Indonesia. Pestapora berhasil memanfaatkan konten organik dan pendekatan langsung ke media besar serta personal dalam strategi pemasarannya. Tanpa iklan berbayar, Pestapora menggunakan kekuatan cerita dan konten autentik untuk menarik perhatian dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens serta mendapatkan dukungan dari media besar yang memperluas jangkauan promosi. Pestapora berhasil membangkitkan antusiasme luar biasa dan mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap industri festival di Indonesia. Tingginya minat dalam pembelian tiket untuk Pestapora 2024 menjadi sorotan di tengah maraknya festival musik di tanah air. Hal ini mencerminkan kualitas acara yang menarik dan beragam, serta kepercayaan yang kembali tertanam pada penyelenggaraan festival yang berkualitas dan berkesan. Dengan demikian, Pestapora tidak hanya menjadi festival, tetapi juga simbol kebangkitan industri hiburan yang menjanjikan pengalaman tak terlupakan bagi para penggemar musik di Indonesia.

V.2. Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

V.2.1 Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan kepada Pestapora agar meningkatkan layanannya dengan lebih aktif memanfaatkan teknologi digital atau menyediakan layanan digital yang memudahkan pengunjung menyampaikan keluhan.

V.2.2 Saran Teoritis

1. Penelitian ini sebaiknya diperluas dengan mempertimbangkan pendekatan model yang berbeda namun tetap fokus pada subjek yang sama, sehingga dapat memberikan manfaat bagi penyelenggara Pestapora dalam meningkatkan strategi komunikasi pemasaran mereka.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian penggunaan komunikasi pemasaran pada media sosial lainnya, tidak terbatas hanya pada Instagram saja.